



Kommunikationsavdelningen SLK

## Tjänstemannayttrande Kommunikationspolicy för Stockholms stad

### Om ärendets beredning

Förvaltningen erhöll 15 mars 2006 remissförfrågan från kommunstyrelsen på Kommunikationspolicy för Stockholms stad (dnr 059-577/2006) med svarstid fram till 8 maj. Då förvaltningen inte hann förbereda ett ärende till nämndmöte 22 mars och då ingen uppskjuten remisstid medgavs av SLK har förvaltningen valt att göra ett tjänstemannayttrande som anmäls vid Renhållningsnämndens möte den 22 maj.

### Renhållningsförvaltningens synpunkter

Förslaget till kommunikationspolicy för Stockholms stad ligger väl i linje med den av Renhållningsnämnden årligen antagna kommunikationsstrategin. De utgångspunkter, budskap och målformuleringar som nämnden har formulerat för kommunikation om stadens avfallshantering stämmer väl överens med intentionerna i stadens övergripande kommunikationspolicy.

Renhållningsförvaltningen vill framhålla följande synpunkter på förslaget till policy:

- *Samordningsvinster.* Förslaget till kommunikationspolicy framhåller vikten av att verksamheterna utgår från ett gemensamt budskap som sedan bryts ned i konkreta budskap anpassade för respektive förvaltning. Vidare understryks vikten av att skapa en samstämd och enhetlig externkommunikation för att tydliggöra bilden av Stockholms stad.

I staden finns en mängd miljöaktörer. Delar av Renhållningsförvaltningens verksamhet ligger nära t ex Miljöförvaltningens och Stockholms Vattens ansvarsområden. Att eftersträva samordning i budskap och kommunikationsinsatser har Renhållningsförvaltningen goda erfarenheter av.

Det ger större genomslagskraft, kostnadseffektivitet och skapar enhetlighet för medborgaren som möter samma information oavsett avsändare.

Målsättningarna för stadens miljöutveckling är högt satta och i stor utsträckning är stockholmarnas bidrag till långsiktigt hållbar utveckling en viktig komponent. Att samordna miljökommunikation ger därför större möjlighet att nå uppsatta mål.

Samordningsvinster, till nytta för både stadens verksamheter och brukaren, vore därför relevant att tydligare framhäva i stadens kommunikationspolicy.

- *Stadsdelarnas ställning som informationskanal.* Förvaltningen har mycket goda erfarenheter av samarbete med stadsdelsförvaltningarna i kommunikation om avfallsfrågor.
- *Styrkan i varumärket Stockholms stad.* Staden är organiserad i en mängd förvaltningar och bolag. För brukaren kan det vara både svårt och irrelevant att hålla reda på vilken aktör som gör vad. Med en grundläggande kunskap om att kommunen ansvarar för en viss verksamhet kan brukaren istället snabbt och enkelt finna rätt information via t ex stockholm.se utan att känna till ansvarsfördelningen.

Förvaltningen har därför under senare år valt att i sin kommunikation framhålla St Erik-logotypen för att tydligare associeras med kommunen. ”Renhållningsförvaltningen” har blivit en mer sekundär avsändare.

Styrkan i varumärket Stockholms stad kan inte nog framhållas. Både budskap och avsändare förtydligas och kommunikationen får större genomslagskraft än om den enskilda fackförvaltningen profilerats primärt.

- *Tillgänglighetsaspekten.* Under stycke 3. Vår kommunikation är trovärdig, tillgänglig och aktiv kan en skrivning om tillgänglighetsaspekter för människor med funktionshinder med fördel vävas in. Kommunikation är en central fråga för funktionshindrade människors delaktighet i samhället vilket även understryks i ett av inriktningsmålen i stadens handikappolitiska program.